

PRÓLOGO

El término polarización fue elegido como palabra del año 2023 por la FundéuRAE, por su amplia presencia en los medios de comunicación y por la evolución que había experimentado su significado. La polarización ha trascendido el marco del análisis político y se usa de manera común en conversaciones entre amigos, familiares o compañeros de trabajo. En la mayor parte de esas charlas, la polarización se asocia a su dimensión política, haciendo referencia a procesos de crispación, enfrentamiento o animadversión tanto entre las élites políticas como entre los simpatizantes de los distintos partidos. La polarización ha derivado en estos últimos años no sólo en expresiones de rechazo o exclusión; también se ha manifestado como una negación, en muchos casos, de la legitimidad de los gobernantes que no son del gusto de los seguidores de una formación partidista, llevando a situaciones extremas de violencia política, como se pudo observar el 6 de enero de 2021 en el episodio del asalto al Capitolio en Washington DC, o en los altercados protagonizados el 8 de enero de 2023 por simpatizantes de Bolsonaro en el Palacio de Planalto en Brasilia.

La polarización tiene una relación muy intensa con las emociones en el marco del actual modelo de comunicación política basado en la campaña permanente. La activación de manera prolongada de las emociones ha generado una política «sentimental» sustentada en conceptos como identidad o pertenencia, que están en la base y en los orígenes de la polarización que vivimos en nuestra política cotidiana. Las emociones que logran un recorrido más largo pueden generar procesos de adhesión a un relato, de identificación con un candidato o partido, o de pertenencia a un *nosotros*, que acaban teniendo efectos directos sobre la percepción de los electores respecto a los líderes y simpatizantes de los otros partidos.

Con este panorama, se hacía necesario un Diccionario Enciclopédico de Polarización Política y Emociones que presentara ante los lectores las definiciones de los conceptos más comunes asociados a estos dos términos, desde dos enfoques disciplinares complementarios, como son la ciencia política y la comunicación política, pero también dialogando con la sociología o la psicología social. El formato de Diccionario presenta un método de consulta rápido y puntual que, en variadas situaciones de formación, trabajo e investigación, resulta orientativo, clarificador y de gran utilidad. A su vez, para quienes estén interesados en profundizar más acerca de un término concreto, las llamadas que en cada voz del Diccionario remiten a otras voces del mismo, permiten ampliar la navegación por el conjunto del texto. De igual forma, cada voz incluye un listado de referencias bibliográficas funda-

mentales que sirve como pequeño repositorio para conocer los trabajos más relevantes a consultar a la hora de abordar diferentes temas.

Debe destacarse el esfuerzo que se ha hecho por parte de las y los autores por identificar la esencia de cada término, presentando de manera didáctica, accesible, clara y concisa, las definiciones, principales desarrollos teóricos, escuelas o corrientes, causas y consecuencias, de cada uno de los fenómenos que componen el Diccionario. Se trata, pues, de un ejercicio de divulgación científica que espera resultar de utilidad al conjunto de la sociedad. El vocabulario de la ciencia política y de la comunicación política está contaminado por la escasa univocidad de los términos, así como por el uso de buena parte de los mismos dentro del «lenguaje común» de la vida cotidiana. Estas dos características hacen que en muchas de las voces que contiene el Diccionario se haya tenido que hacer un esfuerzo extraordinario por delimitar sus definiciones, para evitar estiramientos conceptuales que limitan precisamente la univocidad, y también para limitar la «generalización» de los términos por los usos cotidianos que se dan a los mismos.

Cada una de las 100 voces que conforman este Diccionario Enciclopédico fue desarrollada por una o un especialista con una sólida trayectoria de trabajo y antecedentes en el tema, como se puede comprobar en el breve extracto curricular que acompaña este texto. No obstante, en aras de asegurar el mayor rigor posible, antes de ser aprobada para su inclusión en la obra, cada voz fue oportunamente sometida a una evaluación por pares a cargo de otros especialistas en la cuestión tratada. Posteriormente, cada voz ha sido revisada tanto desde el punto de vista de contenido como de estilo, y se ha reenviado a cada autora o autor para aportar una nueva versión, finalizando todo el texto con una revisión general de cada voz.

Las 100 voces que conforman la obra se han seleccionado a partir de la lectura de 23 artículos seminales sobre polarización política y emociones. Se buscó, por tanto, la frecuencia de aparición y repetición de conceptos en los principales y más reconocidos textos de ambos campos de investigación. De estos 23 artículos, se extrajeron 927 términos. A esta lista se le aplicó un filtro semántico, quedando reducida a 658 conceptos, una vez eliminados sinónimos o palabras que una vez traducidas al castellano tenían significados equivalentes. Los 658 términos fueron expuestos a siete evaluadores externos, que seleccionaron los 124 que debían componer el cuerpo fundamental del Diccionario. En este caso se priorizó la perspectiva de utilidad académica, pensando en el lector, y de fertilidad del término, pensando en la capacidad de relación de los términos entre sí y de manera conjunta con la obra, evitando particularismos o localismos, que hubieran limitado el carácter más universal y enciclopédico del Diccionario. Finalmente, los propios autores propuestos acordaron que algunos términos no tenían entidad suficiente, y seleccionaron los 100 vocablos que componen este primer Diccionario Enciclopédico de Polarización Política y Emociones.

Para desarrollar estas 100 voces se ha contado con 71 autoras y autores, 34 hombres y 37 mujeres, procedentes de diez países, entre los que destaca España (41), Argentina (12) o México (7). Las autoras y autores provienen de 16 instituciones españolas y 21 extranjeras. Entre las españolas destaca la Universidad de Murcia, la de Málaga o la de Santiago de Compostela, aportando también su trabajo profesoras y profesores de las universidades de Granada, Burgos, Rey Juan Carlos, Barcelona, Camilo José Cela, Carlos III, Complutense

de Madrid, Lleida, Valencia, Valladolid, Miguel Hernández, Pompeu Fabra e Instituto Elcano. Entre las instituciones extranjeras, cabe citar entre las que más autoras y autores aportan, a la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, a la Austral de Buenos Aires, a la Autónoma de Lisboa, a la de Buenos Aires o a FLACSO Argentina. Estos breves datos son testimonio de la labor conjunta y colectiva que ha supuesto este Diccionario.

Para finalizar, un agradecimiento al Consejo Editorial por su labor de edición, a María Isabel López Palazón y José Miguel Rojo, de la Universidad de Murcia, a Ramón Villaplana adscrito en ese momento a la Universidad Católica de Lille, a Belén Amadeo docente en la Universidad Austral de Buenos Aires, y a Carla Ríos Calleja, de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Un especial agradecimiento a la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales (ALICE), impulsora y promotora de este relevante proyecto colectivo, con su apoyo mediante la financiación del proyecto *Polarización Afectiva: Un estudio comparado sobre la naturaleza del fenómeno*. A la Fundación Séneca-Agencia de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia, por su apoyo con el proyecto 21876/PI/22. Y desde luego, al Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, y a sus autoridades, que han confiado de nuevo en nosotros como ya lo hicieron en 2016 al publicar el primer Diccionario Enciclopédico en Comunicación Política.

Ismael Crespo Martínez

RELACIÓN DE VOCES

Actitudes políticas	Contenido polarizador
Agitación política	Convicciones morales
Aislamiento social	Creencias de segundo orden
Algoritmo	Crispación
Ambivalencia partidista	Desafección
Amor	Deshumanización
Animosidad	Desinformación
Ansiedad	Despolarización
Antagonismo	Dieta informativa
Autopercepción grupal	Discursos de odio
Aversión a la interacción	Discurso persuasivo
Batallas culturales	Discurso sexista
Bloques afectivos e ideológicos	Emociones
Boicot electoral	Empatía
Brecha de percepción (percepciones erróneas)	Endogrupo y exogrupo
Burbujas de filtro	Enfado
Caja de resonancia (cámaras de eco)	Entusiasmo
Campaña negativa	Esperanza
Clivajes	Estereotipos partidistas
Competición electoral	Estrategias discursivas
Comportamiento discriminatorio	Evaluaciones afectivas
Comportamiento político	Evocación emocional
Comunicación política negativa	Exposición selectiva
Confianza política	Extremismo
Conflicto político	Falsa polarización
Consenso	Falso dilema
	Homofilia

Identidad partidista	Predisposiciones políticas
Identidad política	Prejuicio
Inteligencia artificial generativa (IAG)	Razonamiento motivado
Ira	Reacción cultural (<i>cultural backlash</i>)
Miedo	Realineamientos partidistas e ideológicos
Moralización de la política	Recesión democrática
Nativismo	Relato
Negacionismo	Respuestas emocionales
Neuropolítica	Segregación partidista
Nostalgia	Segregación social
Noticias falsas	Sentimientos
Odio	Sesgo
Oposición política	Teoría de la Identidad Social (TIS)
Orgullo	Teoría de la Inteligencia Afectiva
Partidismo negativo	Teorías de la conspiración
Pertenencia	Termómetro de sentimientos
Polarización afectiva	Test de Asociación Implícita
Polarización del sistema de partidos	Tolerancia partidista
Polarización ideológica	Tribalismo
Polarización política	Valencia emocional
Polarización social	Valores democráticos
Polarización temática	Vergüenza
Populismo	Violencia política
Posverdad	

VOCES

Actitudes políticas. En un sentido más amplio, las actitudes políticas comprenden **Predisposiciones**, sistemas de creencias, **Valores, Emociones, Comportamientos políticos** y análisis/evaluaciones que cada individuo de la sociedad tiene en relación con temas más específicos (o generales), como las instituciones, los partidos políticos, las políticas públicas, así como la percepción de los políticos. John Zaller, en su obra «The Nature and Origins of Mass Opinion» (1992), presenta un análisis sobre cómo se forman las opiniones políticas en la sociedad, poniendo de manifiesto que la información y las creencias preexistentes de cada individuo tienen una importancia destacada no solo en la interpretación de la información, sino también en la recepción y aceptación más selectiva de la misma, lo que permite un cambio en las actitudes políticas.

COMPONENTES

Entre los componentes que constituyen las actitudes políticas se deben destacar tres: el cognitivo (creencias/conocimiento), el afectivo (emociones) y el conductual (predisposición/respuesta) (Rosenberg y Hovland, 1960: 3). Todos ellos se entrelazan en la formulación de la opinión y de las percepciones que cada individuo (o sociedad) posee frente a los temas y cuestiones

políticas. Además, la amplitud de temas relacionados con las actitudes políticas puede orientar a la propia opinión pública entre el apoyo y la oposición a determinadas políticas, así como verse influenciada por una multiplicidad de factores sociales, contextos culturales, medios de comunicación y educación (conocimiento político), de manera consciente o inconsciente. Según Almond y Verba (1963: 32), el análisis más enfocado del término, en el ámbito de las ciencias sociales, ha permitido trazar las motivaciones, tendencias ideológicas y comportamientos tanto individuales como colectivos de las actitudes políticas —un factor clave de la cultura política—. Sin embargo, señalan que, en ausencia de datos, las actitudes políticas se deducen de las estructuras políticas (Almond y Verba, 1963: 47).

De hecho, en un acto de retrospectiva por parte de Almond y Verba (1980) para comprender mejor las dimensiones y los desafíos de las actitudes políticas, se puede analizar que las dinámicas asociadas a la definición de la cultura política se intensifican en el proceso de construcción de la nación, tanto desde el análisis de una perspectiva de la actitud individual de la sociedad como por parte de los propios actores políticos (Almond, 1980: 28). Se destaca que, en el ámbito científico, todavía per-

siste una ambigüedad en la definición y estructura de la cultura política debido a algunos factores, sobre todo, por las evidencias. Sin embargo, estas evidencias al mismo tiempo tienen una importancia creciente en la realización de investigaciones empíricas estructuradas (Almond, 1980: 30).

IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación social desempeñan un papel importante en la formación de la opinión pública en lo que respecta a las actitudes y percepciones sobre cuestiones políticas. Shanto Iyengar (1990) alude a este hecho (en su investigación sobre la pobreza) y a cómo los medios de comunicación social pueden persuadir y moldear la percepción de cada individuo, según la forma en que se presentan las informaciones sobre determinadas cuestiones al público. Las cuestiones o temas políticos en los medios de comunicación son recibidas por la sociedad a través de reportajes y noticias en determinados marcos, lo que puede influir en la opinión pública y tener efectos en la acción política y en cuestiones sociales (Iyengar, 1990: 21). Del mismo modo, Zaller (1992) refuerza el análisis sobre el impacto que los medios de comunicación social tienen en la formación de las actitudes políticas, especialmente en el efecto del comportamiento político de los individuos.

POLARIZACIÓN

William Bluhm (1974) analizó la dimensión de los antecedentes sociales e incluso históricos y su relación con la ideología política, y cómo esta interacción coincide con las ideas y comportamientos políticos de cada individuo en la sociedad, influyendo en una cultura política de valores, actitudes, creencias y emociones. La polariza-

ción de la sociedad, en su núcleo más político, y donde el debate partidista se enreda cada vez más en la difusión de **Desinformación**, ha sido, en los últimos años, más evidente en los medios de comunicación tradicionales y en las plataformas de elección para esta difusión como son las redes sociales. Norris e Inglehart (2019) afirman que las teorías de la comunicación hacen el mismo paralelismo con el aumento de la polarización partidista dentro de los medios más tradicionales. Esta polarización en los medios de comunicación y en las redes sociales, así como el uso de estos mismos medios de comunicación y/o movilización, evita el escrutinio de los propios actores políticos por parte de los periodistas (Norris e Inglehart, 2019: 66). Así, se puede ver que el impacto de la polarización en la sociedad y en los medios de comunicación no solo puede ser una acción para cambiar las actitudes políticas, sino también causar «efectos desestabilizadores sobre la cohesión política y la participación cívica» (Norris e Inglehart, 2019: 247).

En síntesis, en los diversos estudios sobre actitudes políticas, donde las percepciones y preferencias políticas de los individuos moldean o configuran las actitudes y comportamientos políticos, es posible delimitar que el análisis de la ideología política, la **Confianza e Identidad político-partidaria** y la participación política se encuentran en la base de la formación, influencia y predisposición del individuo frente a cuestiones políticas de la sociedad, así como la interacción entre los contextos sociales, creencias e información recibida e interpretada. De esta manera, las actitudes políticas reflejan no solo las predisposiciones políticas de los individuos hacia la acción política, sino también el papel de diferentes contextos culturales y sociales, lo que permite que la experiencia y la interacción políticas formulen y moldeen las

opiniones públicas y el comportamiento político de un individuo en la sociedad.

Ver también: **Comportamiento político, Confianza política, Desinformación Emociones, Identidad partidista, Identidad política, Predisposiciones políticas, Polarización política, Valores democráticos.**

BIBLIOGRAFÍA

ALMOND, G. A. (1980): «The Intellectual History of the Civic Culture Concept». En G. ALMOND y S. VERBA (Eds.): *The Civic Culture revisited*. Boston: Little, Brown.

ALMOND, G. A. y VERBA, S. (1963): *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Nueva Jersey: Princeton University Press.

BLUHM, W. T. (1974): *Ideologies and Attitudes: Modern Political Culture*, Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

DALTON, R. J. y KLINGEMANN, H. D. (2007): Citizens and Political Behavior. En R. J. DALTON y H. D. KLINGEMANN (Eds.): *The Oxford Handbook of Political Behavior*, pp. 3-26. Oxford: Oxford University Press.

HERZON, F. D. (1975): Intensity of Opinion and the Organization of Political Attitudes. *Political Research Quarterly*, 28(1): 72-84.

IYENGAR, S. (1990): Framing responsibility for political issues: The case of poverty. *Political Behavior*, 12: 19-40.

NORRIS, P. e INGLEHART, R. (2019): *Cultural Backlash: Trump, Brexit, and the rise of Authoritarian-Populism*. Nueva York: Cambridge University Press.

ROSENBERG, M. J. y HOVLAND, C. I. (1960): «Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes». En

C. I. HOVLAND y M. J. ROSENBERG (Eds.): *Attitude Organization and Change*, pp. 1-14. New Haven: Yale University Press.

SEARS, D. O. (2001): «The Role of Affect in Symbolic Politics». En J. H. KUKLINSKI (Ed.): *Citizens and Politics: Perspectives from Political Psychology*, pp. 14-40. Cambridge: Cambridge University Press.

ZALLER, J. (1992): *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bruno Miguel dos Santos Fonseca

Agitación política. Este término hace referencia a una estrategia comunicativa orientada a generar tensión, revuelo y desconcierto en la opinión pública. Suele englobar una serie de actos diversos que pueden llegar a ser violentos y puede llevarse a cabo tanto por el gobierno como por la oposición o por grupos que incluso se denominan antisistema. Estas acciones están encaminadas a conseguir un clima de opinión generalizado entre la ciudadanía con el fin de obtener unos objetivos concretos que sirvan al propósito que se quiere alcanzar.

En general, en el diseño de este tipo de actividades debe tenerse en cuenta que los destinatarios suelen partir de premisas de indiferencia o escepticismo, cuestiones que hay que superar si se quiere tener éxito en el resultado final, pues la necesidad última es que el mensaje entre en la agenda política. Los medios utilizados para lograr este objetivo son diversos y van desde la prensa (ya sea aparentando información o claramente opinión), cartelería, manifestaciones, actos públicos, creación de plataformas, redes sociales, discursos, arengas... hasta las acciones de *lobby*, huelga o violencia contra aquellos grupos percibidos en posiciones contrarias y adversas. De

todas estas acciones (y cualquier otra), algunas estarán sujetas a regulación legal, mientras que otras no. Por ejemplo, una manifestación o huelga autorizada, y otra que carezca de dicha autorización. Por ello, hay que tener en cuenta que la agitación política no siempre está sujeta a un estilo insurreccional de hacer política (Arditi, 2007).

En este tipo de acciones han de coincidir condiciones de tipo subjetivo y objetivo, entendiéndose por estas últimas las realidades que engloban el contexto en el que se desarrolla la actividad de agitación. Es importante que en este tipo de movimientos se distinga lo que es la información del ruido mediático, que es de uso común en estas estrategias, pues, en muchos casos, se rompe la vinculación entre el concepto de verdad y el de información. Por otro lado, las condiciones subjetivas abarcan sensaciones, sentimientos, reacciones y opiniones que surgen como consecuencia de las actividades de agitación y toman forma en la mente de la gente. Es decir, conseguir una reacción anímica y/o un estado de conciencia determinado que lleve a un clima social que esté a favor del cambio que se quiere conseguir.

Asimismo, desde la perspectiva teórica comunicativa estas acciones deberían estar pensadas para cubrir los siguientes pasos: exponer el mensaje, convencer de su necesidad, legitimarlo, y, finalmente, movilizar. En este sentido, no hay que olvidar que «la totalidad de las revoluciones contemporáneas devienen directamente de una agitación dialéctica e ideológica previa, que antecede a la insurgencia más activa y armada» (Fernández García, 2022: 240).

Para que la agitación política tenga éxito debe apoyarse necesariamente en elementos de legitimación que deben formar parte de los componentes de los mensajes

que se emitan por los distintos canales de comunicación y, de esta manera, formar parte de las dinámicas propias de la transformación social, aunque en el caso de la agitación que requiere ritmos rápidos, estas dinámicas han de acelerarse en beneficio de un resultado rápido. Ahora bien, no hay que olvidar que la agitación no implica una garantía de éxito.

Tradicionalmente, la agitación política ha sido, aunque no exclusivamente, una forma de lucha propia de los regímenes comunistas, que además contaban con agitadores profesionales dedicados a movilizar a las masas. Una variedad de la agitación política es la denominada *Agit-Prop*, puesta en marcha por la URSS y que combinaba labores propias de la agitación con otras de propaganda, encaminadas ambas acciones a convencer en una determinada dirección y controlar a los ciudadanos. Aunque en el caso de la URSS, la diferencia fundamental estribaba en que la *Agit-Prop* estaba organizada por el Estado y no por grupos de la **Oposición política**, suponiendo un conjunto de actividades diversas encaminadas a mantener el espíritu revolucionario vivo y unificado en una dirección, complementándose estas labores de agitación con una serie de actividades propagandísticas a través de diversos medios y englobaba prácticamente todos los aspectos de la vida de las personas con el fin de penetrar en sus conciencias y evitar posibles disidencias.

A día de hoy, la agitación política no tiene esa connotación ideológica, sino que, con el uso de este término, se hace referencia a una herramienta utilizada para la difusión de una idea o acción con el objetivo último de que las personas converjan en ese proyecto/idea de cambio a través de la realización de determinadas actuaciones (violentas o no o combinación de ambas) encaminadas a conseguir un fin determi-

nado que entra dentro de la dinámica de transformación de la sociedad.

Ver también: **Crispación, Desinformación, Discursos de odio, Oposición política, Polarización afectiva, Polarización del sistema de partidos, Polarización ideológica, Polarización política, Polarización social, Polarización temática.**

BIBLIOGRAFÍA

- ARDITI, B. (2007): Agitación y revuelta: del arte de lo posible a la política emancipatoria. *Revista de CC. Sociales UNISINOS*, 43(3): 200-210.
- DÍEZ, R. (2018): «Sociedad civil y movimientos sociales: entre el cambio y la organización social», *Revista Española de Sociología*, 28(1): 161-169.
- FERNÁNDEZ GARCÍA, E. (2022): De la comunicación a la propaganda en la agitación política de la modernidad: legado para el mundo contemporáneo. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 9: 233-254.
- INNERANITY, D. (2011): Política después de la indignación. *Claves de razón práctica*, 218: 30-42.

Sara Núñez de Prado Clavell

Aislamiento social. Se define como un fenómeno, individual o grupal, voluntario o forzado, que lleva a un individuo o a un grupo a alejarse del entorno social general. Las causas de este tipo de aislamiento son múltiples y variadas dependiendo de su naturaleza. En lo referente a la **Polarización**, este tipo de alejamiento se manifiesta como la tendencia a discriminar o a alejarse de otros por motivos políticos. Así, el *aislamiento social individual* se produce por un rechazo al individuo o por la **Auto-percepción** de no sentirse integrado dentro del grupo social al que pertenece, ac-

tuando sobre él procesos de estigmatización y, en ocasiones, de acoso, lo que provoca una total **Desafección** social. En muchas ocasiones, estos procesos de autoaislamiento parten de causas políticas y/o sociales basadas en **Prejuicios**. Por su parte, el proceso de aislamiento social grupal se manifiesta cuando un conjunto de personas, de manera voluntaria o forzada, se aísla del entorno social general. Las causas de este alejamiento pueden ser de diversa índole: económica, política, cultural o religiosa, entre otras, pudiendo confluír de manera multicausal o por separado, en la que una de ellas sea la predominante.

Los procesos de aislamiento social forzoso están íntimamente relacionados con los conceptos de **Discriminación, Segregación** y marginación. A su vez, el fenómeno del aislamiento social grupal voluntario puede estar propiciado por procesos de resocialización (socialización terciaria) o vinculado a procesos de resistencia contra la cultura mayoritaria, todo esto llevado a cabo por parte de comunidades o grupos culturalmente homogéneos, normalmente minoritarios. En una aproximación al término *aislamiento social grupal*, cuya naturaleza se caracteriza por su origen forzoso, se debe de tener en cuenta el componente de discriminación social que actúa sobre el grupo. Según Durán (1994), se entiende por discriminación social al trato injusto, injustificado y discrecional en la atribución de restricciones o adscripción de beneficios y privilegios.

La discriminación puede tener una orientación positiva o negativa, en función de si la **Pertenencia** a un determinado grupo privilegia a este sobre el conjunto (positiva), o negativa si sitúa a un colectivo en una posición de marginación o exclusión social. En este segundo caso, el aislamiento social deriva en una pérdida de derechos políticos y sociales, relegando a este con-

junto de personas a los márgenes de la sociedad. Este tipo de segregación social forzada es análogo al concepto de marginación, entendido este como un estado en el que el individuo o grupo no es considerado parte del conjunto de la sociedad mayoritaria y se le relega a posiciones periféricas en las que se le priva de la participación política y del pleno ejercicio de sus derechos.

El primer autor del que se tiene referencia utilizando el término marginalidad es Park (1928: 892) el cual afirma que «el hombre marginal es una persona condenada a vivir en dos sociedades y en dos culturas no sólo diferentes sino antagónicas». Por su parte, en su estudio sobre la marginalidad, Perlman (1979) distingue cuatro tipos de marginalidad: residencial (en relación con el espacio geográfico y las condiciones de vida), cultural y/o social (referente a minorías, subculturas o grupos con comportamientos considerados socialmente desviados), económica y la política (atribuida a aquellos que desconocen los mecanismos de participación y/o no los ejercen). Derivado de estas situaciones de polarización, el aislamiento social responde a un proceso de exclusión de los ámbitos de decisión y poder considerados socialmente normalizados.

En contraposición al aislamiento social forzado se encuentra aquel que tiene carácter voluntario. Algunos posicionamientos teóricos cuestionan la voluntariedad de este aislamiento, ya que afirman que, en muchos casos, este fenómeno es de carácter reactivo, ya que implica que otros agentes de socialización externos actúan para provocar esta situación. Sin embargo, en muchas ocasiones se trata de una decisión consciente y no siempre asociada a situaciones de marginalidad extrema, pudiendo responder a casusas, de nuevo, políticas, religiosas o culturales. Tal es el caso de ciertos *lobbies*, grupos de **Odio** o radi-

cales, bandas terroristas, organizaciones de crimen organizado, entre otros. Sea como fuere, mayoritariamente, este tipo de aislamiento social responde a procesos de resocialización o socialización terciaria que conforman nuevas pautas identitarias en forma de **Tribus** fuertemente segregadas.

Estos nuevos valores y hábitos están dotados de una ética propia, conforman una identidad social fuerte, poseen un corpus normativo diferente y se perciben como una desviación social. Además, estos procesos de resocialización devienen en pertenencia o integración en grupos socialmente aislados que se vinculan a prácticas llevadas a cabo en lo que Goffman (2009) define como instituciones totales. Desde esta perspectiva, el grupo se constituye como una estructura que actúa como agente de resocialización, regulando de manera férrea la actividad del individuo, imponiendo una identidad grupal y restringiendo la comunicación con el exterior. Como consecuencia de esto se da una **Predisposición política** hacia el aislamiento que produce una incomunicación de la tribu. Todo ello, con el fin de integrar de manera racional en cada uno de sus miembros un nuevo rol que les permita lograr objetivos propios del colectivo.

El aislamiento social voluntario también puede tratarse desde el enfoque teórico de la resistencia basada en las **Batallas culturales** que pueden dar respuesta a procesos de aislamiento social voluntario. Según enuncia Willis (1988), la resistencia es un fenómeno contracultural reactivo. Esta se lleva a cabo por parte de un grupo de una determinada subcultura (minoría social) hacia los valores o prácticas de una cultura (sociedad) dominante. La acción resistente pasa por el ejercicio de prácticas subversivas que socaven la autoridad institucional general y de los mecanismos de asimilación y/o integración social, lo que se trans-

forma en una fuerte autoafirmación identitaria por parte del grupo minoritario, y lleva su aislamiento social voluntario. Los procesos de resistencia no solo se producen entre grupos mayoritarios y minoritarios dentro de una misma sociedad, sino que también pueden afectar a culturas o países, siendo especialmente reactivos a los procesos de globalización.

Ver también: Autopercepción grupal, Batallas culturales, Comportamiento discriminatorio, Desafección, Odio, Pertenencia, Polarización política, Pre-disposiciones políticas, Prejuicio, Segregación social, Teoría de la Identidad Social, Tribalismo.

BIBLIOGRAFÍA

- DURÁN, M. A. (1994): Viejas y nuevas desigualdades: la dialéctica entre observadores y observados. *Revista Internacional de Sociología*, 8-9: 61-87.
- GOFFMAN, E. (2009): *Internados: Ensayos sobre la situación social de los enfermos mentales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- PARK, R. E. (1928): Human Migration and the Marginal Man. *American Journal of Sociology*, 33(6): 881-893.
- PERLMAN, J. (1979): *The Mith of Marginality Urban Poverty and Politics in Rio de Janeiro*. Berkeley: University of California Press.
- WILLIS, P. (1988): *Aprendiendo a trabajar: cómo los chicos de la clase obrera consiguen trabajos de clase obrera*. Madrid: Akal.

Francisco Eduardo Haz Gómez

Algoritmo. Este concepto cuenta con una colección de significados que atraviesan las matemáticas, la ciencia computacional y el discurso público (Mittelstadt, Allo, Taddeo, Wachter y Floridi, 2016). A pesar

de ser conocido como un componente de la arquitectura informática moderna, posee una larga historia. Pasquinelli (2023) sostiene que desde tiempos antiguos los algoritmos son procedimientos de naturaleza económica, diseñados para obtener un resultado en el menor número de pasos, consumiendo la menor cantidad de recursos: espacio, tiempo, energía y trabajo.

El vínculo entre matemática y lógica, reacomodado en el siglo XIX según las exigencias del formalismo, postularía la centralidad del concepto de algoritmo entendido como «un conjunto finito de instrucciones o pasos que sirven para ejecutar una tarea o resolver un problema. Los algoritmos, que siempre existieron en la matemática, encuentran una definición más precisa y a la vez se manifiestan en una máquina» (Rodríguez, 2019: 72).

Tomado como un constructo matemático, se define al algoritmo como «una estructura de control finita, abstracta, efectiva y compuesta, dada imperativamente, para cumplir un propósito bajo disposiciones dadas» (Hill, 2015: 47). En este enfoque se incluye la implementación del constructo matemático al interior de una tecnología y la aplicación de esa tecnología configurada para una tarea en particular.

En el marco de las arquitecturas de plataformas conectivas, se define al algoritmo como un *set* de instrucciones automatizadas que transforman datos (*inputs*) en un resultado (*output*) deseado. Las plataformas utilizan algoritmos para filtrar de manera automática cantidades enormes de contenido y conectar usuarios con servicios, contenidos y publicidad (Van Dijk, Poell y De Waal, 2018).

IMPLEMENTACIÓN DE ALGORITMOS

En el discurso público no se encuentran normalmente referencias a los algoritmos

como constructos matemáticos, sino como implementaciones particulares de ellos. Por ejemplo, los algoritmos de perfilado y clasificación que determinan cómo se les da forma y se gestiona la actividad de individuos y grupos. Sumado a ellos, los sistemas de recomendación dan a los usuarios directivas acerca de qué comprar, qué contenido leer, qué recorrido hacer, qué información consumir y con quién contactarse, en una especie de «sociabilidad programada» diseñada y esculpida de maneras específicas y codificadas (Bucher, 2018). Por su parte, los algoritmos de minería de datos pretenden ayudar a comprender las corrientes emergentes de datos comportamentales.

A pesar de estos ejemplos, cabe remarcar que para que su implementación sea exitosa, los algoritmos deben complementarse con la acción humana, ya que no suelen funcionar más allá de esa intervención cuando se trata de tareas complejas (Gillespie, 2018). Así, los algoritmos, al igual que las personas que los programan, parecen tener vidas sociales. Agencia humana y algoritmos no resultan opuestos sino interrelacionados, ya que los humanos son tan parte del *software* como del código informático mecánico (Bucher, 2018).

SESGO ALGORÍTMICO

Los algoritmos están inexorablemente cargados de valores. En un sistema social, siguiendo a Feenberg (2012), los valores se instalan en el propio diseño de los procedimientos racionales y de las máquinas a través del código técnico. Este sedimenta de modo imperceptible valores e intereses en forma de procedimientos y reglas en instrumentos y artefactos. La falta de certeza y la opacidad del trabajo realizado por los algoritmos y su impacto social resultan crecientemente problemáticos. Los algoritmos procesan datos y están por ello su-

jetos a una limitación del procesamiento: el *output* nunca puede exceder al *input*.

El efecto resultante es el **Sesgo** algorítmico, una amplificación adicional del sesgo histórico y del sesgo de datos producido por los algoritmos de aprendizaje automático. Estos sistemas de aprendizaje automático están diseñados para hacer generalizaciones a partir de grandes conjuntos de datos y para clasificar nuevas observaciones. Están entre los más eficientes para la compresión de información, lo cual genera cuestiones de resolución, difracción y pérdida de información, dando lugar al efecto de caja negra, realizando un tipo de inducción que podría generar errores de clasificación o desviación (Pasquinelli y Joler, 2021).

De esta forma, el uso de algoritmos puede perpetuar la **Discriminación** estructural que existe en las sociedades. De acuerdo con Crawford (2023), estos reducen la complejidad y eliminan contextos significativos para hacer el mundo más computable. Además, la información detallada acerca de la funcionalidad de los algoritmos es poco accesible. Los algoritmos de propiedad privada son mantenidos en secreto en nombre de la competencia, la seguridad nacional o la privacidad. La transparencia de los algoritmos es esencial para poder controlar, monitorear y corregir su desempeño.

Ver también: **Burbujas de filtro, Comportamiento discriminatorio, Sesgo.**

BIBLIOGRAFÍA

- BUCHER, T. (2018): *If... then: Algorithmic power and politics*. UK: Oxford University Press.
- CRAWFORD, K. (2023): *Atlas de inteligencia artificial: Poder, política y costos planetarios*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica Argentina.

- FEENBERG, A. (2012): *Transformar la tecnología. Una nueva visita a la teoría crítica*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- GILLESPIE, T. (2018): *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. New Haven: Yale University Press.
- HILL, R. (2015): What an algorithm is. *Philosophy & Technology*, 29(1): 35-59.
- MITTELSLADT, B. D., ALLO, P., TADDEO, M., WACHTER, S. y FLORIDI, L. (2016): The ethics of algorithms: Mapping the debate. *Big Data & Society*, 3(2): 2053951716679679.
- PASQUINELLI, M. (2023): *The eye of the master: Capital as computation and cognition*. Nueva York: Verso Books.
- PASQUINELLI, M. y JOLER, V. (2021): El Nooscopio de manifiesto. *La Fuga*, 25: 1-20.
- RODRÍGUEZ, P. (2019): *Las palabras en las cosas. Saber, poder y subjetivación entre algoritmos y biomoléculas*. Buenos Aires: Editorial Cactus.
- VAN DIJCK, J., POELL, T. y DE WAAL, M. (2018): *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford: Oxford University Press.

Agustina Lassi

Ambivalencia partidista. La ambivalencia partidista se puede entender como tener simultáneamente **Sentimientos** positivos y negativos sobre un único objeto político, como tener **Actitudes políticas** inconsistentes o divididas entre dos objetos, o como sentirse atraído simultáneamente por dos candidatos opuestos en unas elecciones. A pesar de las diferencias en la conceptualización exacta del término, todas las definiciones de los estudios

sobre el tema comparten una característica común: en su esencia, la ambivalencia es el **Conflicto** internalizado de las personas en el ámbito político, que surge de evaluaciones competitivas (Cakir, 2022).

La **Identidad partidista** es uno de los principales factores de las preferencias electorales. El partidismo sirve como un poderoso dispositivo para simplificar la tarea del juicio político porque permite a los ciudadanos tomar decisiones razonables sin tener que buscar información detallada (Lavine, Johnston y Steenbergen, 2012). A pesar de este atajo informativo, muchos ciudadanos experimentan un conflicto internalizado hacia las etiquetas de sus partidos políticos debido a la disyunción entre su identificación a largo plazo con ese partido político y sus evaluaciones a corto plazo de las capacidades de ese partido para gobernar y entregar beneficios al público. Ya sea una evaluación negativa del propio partido, una evaluación positiva del otro partido, o ambas, el resultado es que la identidad y la evaluación no apuntan en la misma dirección. Lavine *et al.* (2012) se refieren a esta división como ambivalencia partidista, y a las personas que la experimentan como partidistas ambivalentes. Por lo tanto, un votante ambivalente está emocionalmente involucrado en al menos dos opciones y tiene que conciliar sus preferencias fuertes pero conflictivas (Cakir, 2022). Los partidistas ambivalentes dependen menos del partido y más de intereses materiales y valores políticos centrales para formar preferencias sobre cuestiones de política pública (Lavine *et al.*, 2012). En consecuencia, un votante univalente experimenta una tendencia al **Sesgo** partidista y persistirá en elegir opciones de políticas respaldadas por su partido político, incluso cuando tiene información de que otras alternativas políticas son mucho más cercanas a sus valores. Lavine *et al.* (2012) también argumentan que el partidista univalente demuestra muy poco aprendizaje o

actualización de actitudes durante los debates y campañas políticas, por lo que las evaluaciones contemporáneas de los partidos son en gran medida un reflejo de la identidad partidista y de su lealtad al partido. Por lo tanto, según ellos, el «buen ciudadano» es el ciudadano ambivalente y la «buena ciudadanía» requiere lealtad crítica.

Craig, Cossette y Martínez (2020) ponen a prueba la teoría de que la ambivalencia aumenta la probabilidad de que los votantes adopten un pensamiento «deliberativo» (o «esforzado») en lugar de «heurístico» al responder a las opciones que se les presentan en las campañas políticas. Entre otras, han puesto a prueba la hipótesis de que la ambivalencia moderará la efectividad de los ataques negativos (específicamente, los ataques al candidato del propio partido) que son una característica definitoria de las campañas modernas en los Estados Unidos de América hoy. Su expectativa era que los individuos que tenían sentimientos encontrados acerca de su partido fueran más receptivos que otros a los ataques dirigidos contra compañeros partidistas. Sin embargo, el análisis prácticamente no proporcionó ningún apoyo a esta hipótesis. Encontraron poca evidencia que sugiriera que la ambivalencia socava «la confianza crítica que los ciudadanos típicamente derivan de señales partidistas» y los alienta a considerar información con **Valencia** negativa que de otro modo estarían inclinados a rechazar, distorsionar o ignorar. En conclusión, encuentran poca evidencia de que la ambivalencia partidista promueva una respuesta deliberativa a los anuncios de una **Campaña negativa**.

A diferencia de la ambivalencia, la indiferencia partidista se describe como una falta de actitud o simplemente falta de preferencia. La indiferencia partidista no conduce a un conflicto interno porque un ciudadano indiferente es apolítico, no tiene conexión afectiva con un partido y

simplemente carece de motivación para votar (Yoo, 2010).

EXPLICACIONES SOBRE LA AMBIVALENCIA PARTIDISTA

Algunos estudios anteriores vincularon las fuentes de la ambivalencia con la competitividad de las elecciones (Keele y Wolak, 2008). Rudolph (2011) argumenta que el razonamiento partidista contribuye a la disminución de la ambivalencia con el tiempo, mientras que la exposición a información heterogénea aumenta la ambivalencia. Es menos probable que la ambivalencia disminuya entre las personas que están expuestas a información transversal, las personas políticamente sofisticadas con vínculos partidistas débiles y, durante la fase de elección general de la campaña, aquellos que viven en áreas homogéneas con poca competencia política. Chang y Wu (2023) sostienen que los votantes ambivalentes, en realidad, constituyen la mayor parte del electorado y por eso comprenden grupos distintos: votantes ambivalentes activos y votantes ambivalentes pasivos. Los activos son generalmente más jóvenes y educados, tienen motivos más fuertes para buscar información para ser ciudadanos responsables y muestran un mayor interés en la política que los pasivos. Las diferentes formas en que se relacionan con la información política interactiva representan dos estrategias comunes, amplificación y evitación, cuyas diferencias tienen implicaciones para la participación política. El concepto de ambivalencia, de hecho, tiene sus raíces en los modelos clásicos de participación que sostienen que cuando los votantes no perciben ninguna diferencia entre los partidos, la utilidad que obtienen de votar es inexistente, por lo que se abstienen. Esto se debe a que la ambivalencia crea conflictos internos, lo que dificulta el proceso de toma de decisiones y se traduce en una menor participación. Sin embargo, los análisis empíri-

cos que han puesto a prueba el vínculo entre ambivalencia y participación muestran un panorama mixto: algunos autores informan de un impacto negativo de la ambivalencia en la participación (Mutz, 2002) y otros concluyen que la ambivalencia no tiene un impacto positivo ni negativo en la participación (Lavine *et al.*, 2012). No obstante, la ambivalencia tiene consecuencias para el compromiso político (Greene, 2005), la distribución de papeletas (*split-ticket voting*) (Mulligan, 2011) o cómo los votantes llegan a su decisión final (Bassinger y Lavine, 2005).

Los ciudadanos ambivalentes dependen menos de su partidismo y sus decisiones finales son menos predecibles, razón por la cual los partidos los persiguen para persuadirlos durante las campañas electorales. Por lo tanto, sus decisiones pueden determinar los resultados electorales, especialmente en elecciones reñidas. Cuando la **Polarización ideológica** entre los partidos es baja, la ambivalencia no influye en la participación electoral. Por el contrario, la ambivalencia tiende a frenar la participación electoral cuando los partidos están más polarizados. Además, el tamaño del efecto es mayor cuando los partidos son ideológicamente más distintos (Cakir, 2022). Esto aporta una nueva perspectiva sobre cómo la **Polarización del sistema de partidos** afecta al papel de la ambivalencia en la participación. Es decir, complementa los hallazgos anteriores de que la polarización de los partidos aumenta la ambivalencia en lugar de disminuirla al hacer que los indiferentes sean más testarudos. Por tanto, ser ambivalente en contextos polarizados puede resultar en abstención (Cakir, 2022).

Ver también: **Actitudes políticas, Campaña negativa, Conflicto, Identidad partidista, Polarización del sistema de partidos, Polarización ideológica, Sentimientos, Sesgo, Valencia emocional.**

BIBLIOGRAFÍA

- BASSINGER, S. J. y LAVINE, H. (2005): Ambivalence, information, and electoral choice. *American Political Science Review*, 99(2): 169-184.
- CAKIR, S. (2022): Does party ambivalence decrease voter turnout? A global analysis. *Party Politics*, 28(4): 713-726.
- CHANG, C. y WU, C. (2023): Active vs. Passive Ambivalent Voters: Implications for Interactive Political Communication and Participation. *Communication Research*, 50(7): 828-853.
- CRAIG, C., COSSETTE, P. y MARTÍNEZ, M. (2020): Partisan Ambivalence and Electoral Decision Making. *American Review of Politics*, 37(1): 1-28.
- GREENE, S. (2005): The Structure of Partisan Attitudes: Reexamining Partisan Dimensionality and Ambivalence. *Political Psychology*, 26(5): 809-822.
- KEELE, L. y WOLAK, J. (2008): Contextual Sources of Ambivalence. *Political Psychology*, 29(5): 653-673.
- LAVINE, H. G., JOHNSTON, C. D. y STEENBERGEN, M. R. (2012): *The Ambivalent Partisan: How Critical Loyalty Promotes Democracy*. Oxford: Oxford University Press.
- MULLIGAN, K. (2011): Partisan ambivalence, split-ticket voting, and divided government. *Political Psychology*, 32(3): 505-530.
- MUTZ, D. C. (2002): The Consequences of Cross-cutting Networks for Political Participation. *American Journal of Political Science*, 46(4): 838-855.
- RUDOLPH, T. J. (2011): The Dynamics of Ambivalence. *American Journal of Political Science*, 55(3): 561-573.

Josipa Rizankoska

Amor. Cualquiera que sea su expresión morfológica en las distintas lenguas, consiste en un concepto universal que denota una **Emoción** o un **Sentimiento** afectivo de armonía hacia otros seres a través de los cuales se completa la propia individualidad, impeliendo la búsqueda, preocupación y cuidado del otro. La atracción (física o mental) que se siente hacia otra persona, que mueve a desear su compañía suscitando alegría, **Esperanza** y fuerza en la propia acción, es, asimismo, una acepción asociada habitualmente con el concepto de amor.

Como hecho y noción universal, pero dejando de lado su significación erótica, el amor es considerado una emoción secundaria, pues, a diferencia de las emociones primarias, como el **Miedo** o el **Enfado**, el amor no sería biológicamente innato, sino resultado de la interacción social y la cultura, igual que la **Vergüenza** o el **Orgullo** (Bericat, 2016).

Juzgado como virtud moral y estrechamente emparentado con otras emociones, sentimientos o actitudes (p.ej., la simpatía, la compasión, la bondad, el altruismo o la esperanza), el amor es valorado y exhortado por las grandes religiones, aunque conceptualizado de manera diversas. Así, las abrahámicas monoteístas prescriben amar al prójimo como a uno mismo y a Dios sobre todas las cosas, pero también el hinduismo politeísta postula el amor como renuncia al egoísmo y como manifestación del amor divino. Las grandes religiones no teístas subrayan, de igual forma, la centralidad moral del amor. El budismo predica un amor altruista puro, esto es, del todo desinteresado, y el confucianismo enaltece el amor como compañía armoniosa.

Asociado al bien, a la belleza, a la bondad o al conocimiento (y contrapuesto, en cambio, al mal, la fealdad, el egoísmo o la ignorancia), el amor también es un motivo prominente de relatos y mitologías en muy

diversas culturas, incluyendo sus libros sagrados. También lo es de la filosofía y del arte universal. De ahí que también sea uno de los recursos narrativos habituales de la comunicación política (Salmon, 2008).

En el análisis de las emociones, el **Odio** es considerado antitético al amor. Sin embargo, en el análisis político, el amor suele contraponerse, más bien, al miedo, al enfado, a la envidia y a la vergüenza (Bericat, 2016). Estas últimas emociones son precisamente las que, a juicio de Nussbaum (2013), alimentan el odio entre grupos sociales y políticos, dificultando con ello la constitución de una ciudadanía compasiva y amorosa, así como entorpeciendo las posibilidades de establecer una sociedad cohesionada, pacífica y constructiva.

Maquiavelo (2010), en el capítulo XVII de *El Príncipe* (obra fundacional de la ciencia política, centrada en cómo acceder y asegurar el ejercicio del poder autocrático), se detiene en el uso que el soberano debe hacer tanto del temor como del amor. Concluye que ambos son instrumentos necesarios del poder, pero deben ser manejados de manera virtuosa, mediante un adecuado equilibrio. El amor (la clemencia, el cuidado) es particularmente útil cuando se trata de asegurar el apoyo de los súbditos a largo plazo (resumido en términos weberianos: el amor confiere legitimidad).

Gil Calvo (2018) observa que similar contraposición entre temor y amor es la que justifica todavía hoy distinciones analíticas notorias de la ciencia política, como la que distingue entre poder duro y poder blando, expuesta por Nye (2004), cuyo correlato en el ámbito doméstico lo representa el contraste entre el padre estricto y el padre tolerante desarrollada por Lakoff (2007). Gil Calvo sostiene, de hecho, que el ejercicio del poder (y, por tanto, la comunicación política de la que este se sirve) está orientado por la utilización de esas dos fuerzas emociona-

les, dando lugar, por un lado, a la política del temor (hacerse respetar, o temer) y la política del amor (hacerse querer). Ambas son aplicadas indistintamente tanto por los poderes establecidos como por los contrapoderes. Pero, mientras que la política del temor se expresa a través de actos de fuerza y actos de habla, la política del amor se canaliza mediante actos de exhibición y actos de protección cuyo efecto combinado confiere autoridad legítima a quien lo ejerce.

Con un enfoque normativo, pensado a modo de basamento para una sociedad aspiracional de raíz liberal, Nussbaum (2013) propone el cultivo político de las emociones, de tal modo que se erijan en elementos de motivación y de apoyo para las instituciones democráticas y para contribuir a configurar identidades colectivas amplias, inclusivas y redistributivas. En particular, Nussbaum insta a cultivar el amor y la compasión como emociones políticas supremas, pero no solo respecto a los conciudadanos, sino también hacia los congéneres y, más específicamente, hacia las instituciones de la democracia liberal (incluyendo las nociones amplias de nación y de género humano). Semejante cultivo requeriría, a su entender, idear símbolos, rituales, narraciones y *performances* congruentes con ese expreso propósito. De este modo, el amor y la compasión se comportan como factores de cohesión social y política, a modo de antídotos contra la división, la **Polarización** y el odio y las **Batallas culturales** que conllevan las políticas de identidad excluyentes que emplean emociones opuestas, como el miedo, la envidia o la vergüenza.

Aplicado al análisis de los mensajes políticos, y confrontando las estrategias de los dos grandes partidos populistas españoles (Vox y Podemos) a finales de la segunda década de este siglo en diversas redes sociales digitales, Barbeito e Iglesias (2021) observan que Podemos apelaba con mayor

énfasis al amor y a la esperanza en un nuevo futuro mejor en el que cupiesen las minorías, mientras que Vox invocaba con mayor ahínco el miedo y una mirada a un pasado glorioso que debía llenar de orgullo a los auténticos españoles y que, por tanto, debía ser recuperado frente a las innovaciones de ciertos grupos minoritarios.

Ver también: **Batallas culturales, Emociones, Enfado, Esperanza, Miedo, Sentimientos, Odio, Orgullo, Polarización social, Vergüenza.**

BIBLIOGRAFÍA

- BARBEITO, R. e IGLESIAS, Á. (2021): Political emotions and digital political mobilization in the new populist parties: the cases of Podemos and Vox in Spain. *International Review of Sociology - Revue Internationale de Sociologie*, 31(1): 246-267.
- BERICAT, E. (2016): The sociology of emotions: Four decades of progress. *Current Sociology*, 64(3): 491-513.
- GIL CALVO, E. (2018): *Comunicación política: caja de herramientas*. Madrid: Catarata.
- LAKOFF, G. (2007): *No pienses en un elefante: lenguaje y debate político*. Madrid: Complutense.
- MAQUIAVELO (2010): *El príncipe*. Madrid: Alianza Editorial.
- NUSSBAUM, M. (2013): *Political Emotions*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press.
- NYE, J. (2004): *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- SALMON, C. (2008): *Storytelling: la fábrica de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona: Península.

Roberto L. Barbeito Iglesias

Animosidad. Es un concepto procedente del latín tardío *animositas*, *-ātis* utilizado para nombrar un sentimiento negativo del orden de la subjetividad, de naturaleza adversativa (basada en el **Antagonismo**) de hechos, objetos o sujetos, derivada de una valoración condenatoria.

Ettenson y Klein (2005) advierten que la animosidad y sus consecuencias están vinculadas a **Comportamientos políticos** y organizacionales en los que el individuo protesta indirectamente por acontecimientos externos a su control (Torres y Gutiérrez, 2008). Klein, Ettenson y Morris (1998) distinguen entre animosidad política, animosidad económica —la que podría entenderse como la existencia de emociones negativas o antagonismo en el ámbito económico— y animosidad general.

ANIMOSIDAD POLÍTICA

Hartman *et al.* (2022) definen la animosidad política como pensamientos, **Sentimientos** y comportamientos negativos hacia un grupo político opositor.

Este sentimiento, fundado en una lucha de influencias, se genera y cristaliza entre Estados y unidades políticas. En el contexto político, la animosidad puede estar impulsada por diferencias ideológicas, disputas territoriales, **Conflictos** de intereses o cualquier otro factor que genere tensiones entre las partes involucradas. La animosidad política puede manifestarse en diversas formas, como retórica divisiva, ataques personales, **Discriminación** o **Polarización afectiva**. De hecho, la animosidad entre republicanos y demócratas, característica destacada de la vida política estadounidense, es un rasgo característico de la polarización afectiva definida esta como la «tendencia de las personas que se identifican como republicanos o demócratas a ver a los partidarios de la **Oposición** de manera negativa y a los copartidarios de manera

positiva» (Iyengar y Westwood, 2015: 691).

Por ejemplo, Iyengar, Lelkes, Levendusky, Malhotra y Westwood (2019) observan que la polarización afectiva se caracteriza por una creciente animosidad personal entre partidarios de diferentes opciones políticas. Por otro lado, Garrett y Bankert (2020), basándose en ideas de la psicología moral, postulan que las **Convicciones morales** partidistas aumentan la polarización afectiva más allá de los efectos del partidismo, aumentando la animosidad hacia otros partidos y el favoritismo hacia el propio.

Por otro lado, Green, Palmquist y Schickler (2002) observan que el partidismo en los Estados Unidos de América es, actualmente, ampliamente entendido como una **Identidad social** que para muchas personas define un grupo partidista en conflicto con un grupo opuesto. Autores como Iyengar, Sood y Lelkes (2012) o Mason (2015) advierten que en Estados Unidos de América la animosidad partidista expresada en las encuestas va creciendo sustancialmente en las últimas décadas. Además, tal animosidad parece extenderse fuera del ámbito puramente político a las relaciones interpersonales privadas (véase Iyengar y Westwood, 2015), de la misma manera que los conflictos étnicos tienen consecuencias políticas y sociales generalizadas.

En suma, algunos autores equiparan el concepto de animosidad política con el de polarización afectiva mientras otros la entienden como una identidad social. En todo caso, ambas visiones coinciden en que se trata de un sentimiento que define un grupo partidista en conflicto con un grupo opuesto. Además, casi todos los autores están de acuerdo en que existe la preocupación de que una creciente animosidad partidista pueda reforzar la **Segregación política**, exacerbar la polarización y obstaculizar la cooperación bipartidista.

Más allá de esto, Tappin y McKay (2019), basándose en las tendencias recientes de la ciencia política y la psicología, han planteado una interesante hipótesis de que la polarización moral —la tendencia a ver negativamente el carácter moral de los partidarios opuestos y el carácter moral de los copartidarios de forma positiva— se asocia con la hostilidad conductual hacia el partido externo. No obstante, los resultados de su investigación sugieren que esta asociación es probablemente ligera y algo tenue. A pesar de que la polarización moral en sí misma era grande, incluso los partidarios más polarizados moralmente parecían reacios a participar en una forma leve de animosidad fuera del partido. Estos hallazgos convergen con la evidencia reciente de que, por lo menos en Estados Unidos de América, la polarización —moral o de otro tipo— aún no se ha traducido en que el partidista promedio quiera expresar un comportamiento hostil y directamente discriminatorio hacia su contraparte fuera del partido. No obstante, en un entorno político, la animosidad puede obstaculizar el diálogo constructivo, la colaboración y la resolución pacífica de las disputas.

Hartman *et al.* (2012) observan que la animosidad puede llevar a los partidistas a ignorar las protecciones constitucionales (como la separación de poderes, los controles y equilibrios y el rechazo de las tendencias autoritarias) cuando su bando está en el poder, y a apoyar estas protecciones cuando es la oposición la que lo ocupa. Además, las **Percepciones erróneas** sobre la otra parte, que se correlacionan con la animosidad partidista, debilitan el compromiso con los principios democráticos. De manera similar, la animosidad partidista puede llevar a las personas a rechazar políticas que de otro modo habrían apoyado, simplemente porque provienen de la oposición.

Las raíces de la animosidad son varias. A nivel de pensamiento, los partidarios mantienen creencias inexactas sobre sus oponentes políticos (no comprenden o no quieren comprender la composición y las creencias del otro bando y sobreestiman hasta qué punto sus oponentes los deshumanizan). Tampoco se puede subestimar el rol de los **Estereotipos** que surgen de un sentimiento de que el otro lado es más amenazador de lo que sugieren los datos. Además, según estos autores, los partidistas también exhiben rigidez cognitiva, lo que los hace menos receptivos a la evidencia que contradice las narrativas partidistas. En el nivel de las relaciones, una causa comúnmente discutida de animosidad y polarización es la clasificación ideológica: que los demócratas ahora son en su mayoría liberales y los republicanos en su mayoría conservadores. De manera relacionada, las **Identidades partidistas** de las personas han comenzado a fusionarse con otras identidades como ideología, raza, religión, género, sexualidad, geografía, etc. Estas «megaidentidades» conducen a dinámicas dentro y fuera del grupo más fuertes y a una animosidad hacia los miembros del grupo opositor.

A nivel institucional, las estructuras de las instituciones públicas (como el gobierno, los medios sociales y de masas) pueden amplificar los estereotipos mediante una retórica provocativa e indignante. Estas instituciones son las plataformas para el diálogo público, y las normas se inclinan hacia la hostilidad. No obstante, los autores subrayan que es probable que los factores mencionados anteriormente, así como muchos procesos aún por identificar, desempeñen un papel en la inducción y perpetuación de la animosidad partidista, aunque algunos de estos factores están en disputa y académicos de todas las disciplinas continúan explorando las causas de la animosidad partidista.

Existen intervenciones prometedoras para reducir la animosidad partidista. Hartman *et al.* (2012) proponen categorizarlas según el nivel en el que intervienen aplicando el así llamado método «TRI» para reducirla: *Thoughts, Relationships and Institutions* (pensamientos, relaciones e instituciones). Las intervenciones dirigidas a pensamientos, creencias y actitudes corrigen conceptos erróneos sobre el exogrupo y resaltan los puntos en común entre los **Endogrupos** y los **Exogrupos**. En el siguiente nivel, las intervenciones en las relaciones se centran en la forma en que los individuos interactúan con sus oponentes políticos en sus vidas personales. Los partidarios tienden a abstenerse de interactuar con personas del otro lado, o lo hacen de manera perjudicial. Las intervenciones en las relaciones desarrollan habilidades para interactuar positivamente con los miembros del exogrupo y unen a las personas para lograr un contacto productivo y significativo. Finalmente, las intervenciones a nivel institucional apuntan a la cultura en la que están arraigados los partidistas, con el objetivo de inculcar normas más positivas y transformar los incentivos que rodean la (in)civilidad.

Ver también: **Antagonismo, Aversión a la interacción, Brecha de percepción (percepciones erróneas), Comportamiento discriminatorio, Comportamiento político, Conflicto político, Convicciones morales, Emociones, Endogrupo y exogrupo, Estereotipos partidistas, Identidad partidista, Odio, Oposición política, Polarización afectiva, Segregación política, Sentimientos, Teoría de la Identidad Social.**

BIBLIOGRAFÍA

- ETTERTSON, R. y KLEIN, J. G. (2005): The fallout from French nuclear testing in South Pacific. *International Marketing Review*, 22(2): 199-224.
- GARRETT, K. N. y BANKERT, A. (2020): The Moral Roots of Partisan Division: How Moral Conviction Heightens Affective Polarization. *British Journal of Political Science*, 50(2): 621-640.
- GREEN, D., PALMQUIST, B. y SCHICKLER, E. (2002): *Partisan Hearts and Minds*. New Haven: Yale University Press.
- HARTMAN, R., BLAKEY, W., WOMICK, J., BAIL, C., FINKEL, E. J., HAN, H., SARROUF, J., SCHROEDER, J., SHEERAN, P., VAN BAVEL, J. J., WILLER, R. y GRAY, K. (2022): Interventions to reduce partisan animosity. *Nature Human Behaviour*, 6(9): 1194-1205.
- IYENGAR, S., SOOD, G. y LELKES, Y. (2012): Affect, Not Ideology. *Public Opinion Quarterly*, 76(3): 405-31.
- IYENGAR, S. y WESTWOOD, S. J. (2015): Fear and Loathing across Party Lines. *American Journal of Political Science*, 59(3): 690-707.
- IYENGAR, S., LELKES, Y., LEVENDUSKY M., MALHOTRA, N. y WESTWOOD, S. J. (2019): The origins and consequences of affective polarization in the United States. *Annual Review Political Science*, 22: 129-146.
- KLEIN, J. G., ETTERTSON, R. y MORRIS, M. D. (1998): The animosity model of foreign product purchase: An empirical test in the People's Republic of China. *Journal of marketing*, 62(1): 89-100.
- MASON, L. (2015): 'I Disrespectfully Agree': The Differential Effects of Partisan Sorting on Social and Issue Polarization. *American Journal of Political Science*, 59(1): 128-145.
- TAPPIN, B. M. y MCKAY, R. T. (2019): Moral polarization and out-party hostility in

the US political context. *Journal of Social and Political Psychology*, 7(1): 213-245.

Joanna Wilk-Racięska

Ansiedad. En el campo de las **Emociones** políticas, la ansiedad constituye un tipo de reacción negativa experimentada ante una situación de amenaza que potencialmente puede afectar al bienestar individual (Clifford y Jerit, 2018). Quienes sufren esta emoción suelen describir una conducta de hipervigilancia y sentir una gran preocupación por los acontecimientos de la actualidad política (Caporino, Exley y Latzman, 2020). El estado de alerta al que induce la ansiedad se vincula, singularmente, con contextos de incertidumbre, dificultad o conflicto y proyecciones de estados futuros (tendencias anticipatorias).

La **Teoría de la Inteligencia Afectiva** se ha ocupado del papel de la ansiedad en relación con los dispositivos de aprendizaje-procesamiento del sistema de vigilancia. Este sistema analiza el entorno y, cuando detecta un estímulo inesperado que rompe las expectativas de calma, desarrolla una sensación de ansiedad que lleva a focalizar la atención hacia ese elemento disruptivo (Marcus, Neuman y Mackuen, 2000). La ansiedad afecta a la toma de decisiones: promueve una mayor búsqueda de información y aumenta la aversión al riesgo, lo que puede incentivar tanto comportamientos conservadores (apostar por lo conocido) como actitudes pasivas de evasión que disminuyan la participación política (Wagner y Morisi, 2019; Renström y Back, 2021). No obstante, recientes investigaciones (Romanova y Hutchens, 2023) han evidenciado la capacidad de esta emoción para promover el compromiso político e impulsar la decisión de votar, lo que abre un debate sobre sus verdaderos efectos no tanto en términos de la atención prestada al entorno o de la propensión a

informarse, donde parece haber consenso, sino en lo referente al **Comportamiento político**.

A propósito, si se centra en el campo del comportamiento y de las **Actitudes políticas**, la ansiedad rompe los hábitos y **Pre-disposiciones** ancladas, reduce el efecto de las **Identidades partidistas** y aumenta el interés por tener la mayor información posible sobre las implicaciones de las propuestas planteadas por los candidatos (Marcus *et al.*, 2000). Por tanto, fomenta un elector más consciente y sofisticado. Al contrario que otras emociones negativas como la **Ira**, la ansiedad puede tener consecuencias positivas para el sistema democrático al construir una ciudadanía más responsable y activa, que toma decisiones más informadas. Como la ansiedad estimula el procesamiento cognitivo no sesgado, disminuye la **Polarización afectiva**, la división partidista y los **Estereotipos** sobre el **Exogrupo**, incluso ante un escenario de amenaza al **Endogrupo**, algo que no sucede cuando se siente ira (Webster, 2020; Renström, Bäck y Carroll, 2023).

Además de las consecuencias generales de la ansiedad sobre los procesos cognitivos y la toma de decisiones, algunos autores han vinculado directamente esta emoción con el crecimiento de la derecha radical populista y su discurso de reacción contra algunas amenazas propias de la globalización (Müller, Bahnsen y Alpers, 2022). En un momento de importantes transiciones y cambios sociales —desde el ámbito digital al ecológico—, además de desórdenes geopolíticos y retos biosanitarios o de seguridad que impulsan una sociedad presidida por el riesgo (en términos de Beck), la ansiedad ha empezado a cobrar un gran protagonismo en el estado de ánimo colectivo de las democracias occidentales.

Todos los elementos de incertidumbre que rodean la vida de los individuos pueden

provocar estrés y pesimismo y generar un consumo excesivo y casi obsesivo de información que retroalimenta las malas sensaciones. Aunque estar al tanto de lo que sucede en el entorno produce personas más críticas y permite que las decisiones estén fundamentadas, un exceso de alerta puede afectar negativamente a la salud mental de los individuos.

Un ejemplo del efecto de ciertos retos sociales sobre las emociones políticas es el fenómeno de la eco-ansiedad. El horizonte de colapso medioambiental y la aparente inacción de buena parte de los gobiernos está llevando a algunos individuos, generalmente jóvenes, a desarrollar una respuesta emocional de inquietud crónica precedida por **Sentimientos de Enfado** y frustración, que puede despertar impactos somáticos y psíquicos convirtiéndose en un tipo de trastorno (Pihkala, 2021).

Por último, conviene establecer una diferenciación conceptual entre ansiedad y **Miedo**, pues ambas emociones están profundamente relacionadas al formar parte del sistema de vigilancia referido por Marcus *et al.* (2000) y tener **Valencia** negativa, pero no representan exactamente el mismo tipo de reacción (Renström, Bäck y Carroll, 2023). Mientras que el miedo sucede como respuesta rápida a una amenaza concreta e inminente, la ansiedad aparece al pensar en una amenaza ambigua y, por el momento, no materializada (Sylvers, Lilienfeld y LaPrairie, 2011). La ansiedad como estado de alerta continuo se basa en un exceso de preocupación sobre el porvenir, en consecuencia, no puede traer cuenta de un riesgo cierto y directo.

Ver también: **Actitudes políticas, Comportamiento político, Emociones, Endogrupo y exogrupo, Enfado, Ira, Miedo, Polarización afectiva, Predisposiciones políticas, Sentimientos, Teoría de la Inteligencia Afectiva, Valencia emocional.**

BIBLIOGRAFÍA

- CAPORINO, N. E., EXLEY, S. y LATZMAN, R. D. (2020): Youth anxiety about political news. *Child Psychiatry & Human Development*, 51: 683-698.
- CLIFFORD, S. y JERIT, J. (2018): Disgust, anxiety, and political learning in the face of threat. *American Journal of Political Science*, 62(2): 266-279.
- MARCUS, G. E., NEUMAN, W. R. y MACKUEEN, M. (2000): *Affective intelligence and political judgement*. Chicago: The University of Chicago Press.
- MÜLLER, U. W., BAHNSEN, O. y ALPERS, G. W. (2022): State anxiety by itself does not change political attitudes: A threat of shock experiment. *Frontiers in Psychology*, 13: 1006757.
- PIHKALA, P. (2021): Eco-anxiety. En C. P. KIEG y R. TOIVANEN (Eds.): *Situating Sustainability: A Handbook of Contexts and Concepts*, pp. 119-133. Helsinki: Helsinki University Press.
- RENSTRÖM, E. A., BÄCK, H. y CARROLL, R. (2023): Threats, emotions, and affective polarization. *Political Psychology*, 44(6): 1337-1366.
- ROMANOVA, E. y HUTCHENS, M. J. (2023): Does Anxiety Make Us «Informed» Citizens? The Mediating Role of Information-Seeking and Internal Political Efficacy in Forming Political Attitudes. *Political Studies Review*: 14789299231179090.
- SYLVERS, P., LILIEFELD, S. O. y LAPRAIRIE, J. L. (2011): Differences between trait fear and trait anxiety: Implications for psychopathology. *Clinical psychology review*, 31(1): 122-137.
- WAGNER, M. y MORISI, D. (2019): Anxiety, Fear, and Political Decision Making. *Oxford Research Encyclopedia of Politics*.

Recuperado el 26 de febrero de 2024 de: <<https://oxfordre.com/politics/view/10.1093/acrefore/9780190228637.001.0001/acrefore-9780190228637-e-915>>.

WEBSTER, S. W. (2020): *American rage: How anger shapes our politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

José Miguel Rojo Martínez

Antagonismo. El concepto de antagonismo ocupa un lugar central en el estudio de la **Polarización política**. Es posible definirlo como una dinámica de lucha entre posturas e identidades contrarias que perciben a las otredades como hostiles a su propia existencia. Por su parte, la polarización, entendida en términos estratégicos (McCoy, Rahman y Somer, 2018), busca trazar una línea divisoria en la política, creando o exacerbando los antagonismos identificados como más beneficiosos para sus objetivos y generando dos grupos identitarios enfrentados: nosotros *vs.* ellos.

En la actualidad coexisten, por lo menos, tres perspectivas sobre factores distintos que originan el antagonismo: factores psicológicos, factores sociológicos y factores políticos.

FACTORES PSICOLÓGICOS

Distintos investigadores destacan que la percepción del otro como un antagonista no se limita a la política, sino que está presente en el desarrollo identitario de cada individuo. Desde la **Teoría de la Identidad Social** (Tajfel, 1974) se encontró que el proceso de construcción de identidades sociales requiere la puesta en marcha de dos mecanismos psicológicos: la acentuación de las semejanzas intragrupal y de las diferencias intergrupales. Por un lado, las personas exageran las similitudes que comparten con otros miembros de los grupos a los que pertenece (**Endogru-**

po). Al mismo tiempo, exageran lo que las diferencia de quienes pertenecen a otras categorías sociales, en términos de nacionalidad, ideología política, religión o cualquier otro rasgo social (**Exogrupos**). De esta manera, la identidad de un individuo se construye tanto por la pertenencia a un grupo como por la diferenciación de otro grupo. Cuando la percepción del otro prefigura una entidad opuesta y, además, amenazante con la cual no se puede consensuar ni confiar se habla de antagonismo (Hetherington y Rudolph, 2015).

Las características del proceso identitario y sus efectos han sido retomadas por los estudios de **Polarización afectiva** (Iyengar, Sood y Lelkes, 2012). Estudios empíricos destacaron que el comportamiento endogámico caracterizado por la preferencia del endogrupo y el rechazo del exogrupo se esparce por el resto de dinámicas sociales como las amistades, vínculos familiares y otras relaciones cotidianas (Abramowitz y Webster, 2016). La confianza disminuye cuando las personas sienten desagrado por otras personas o instituciones y esto a su vez dificulta la materialización de las políticas públicas (Hetherington y Rudolph, 2015).

Si bien no todo antagonismo se traduce necesariamente en **Conflicto político**, las posibilidades de que esto ocurra aumentan en la medida en que involucre opiniones enfrentadas respecto a las medidas gubernamentales. Este concepto es fundamental para el estudio de la polarización porque se vincula con el aumento de la distinción entre identidades sociales, la confrontación y la distancia entre grupos (Esteban y Ray, 1994). De esta manera, el antagonismo es un catalizador fundamental de la polarización.

FACTORES SOCIOLÓGICOS

Algunos estudios destacan que los antagonismos en las sociedades se basan en divi-

siones profundas y de larvada maduración (Sommer y McCoy, 2019). Las diferencias culturales, étnicas o geográficas, entre otras presentes a lo largo del desarrollo de cada sociedad, aparecen en la actualidad como causantes de divisiones y tensiones. Sin embargo, el conflicto, que usualmente se vincula a la existencia de antagonismo, no es un elemento extraño para la democracia. Algunos autores, incluso, señalan que el conflicto es el alma de la democracia. Este sistema tolera, se enriquece y se dinamiza a partir de las diferencias que originan conflicto. Sin embargo, no todas las diferencias son iguales y, por lo tanto, cada una genera efectos disímiles. Una distinción habitual es aquella que hace referencia a las diferencias que originan relaciones «agonistas» frente a las que originan relaciones «antagonistas» (Mouffe, 2005). Mientras que las primeras se basan en la competencia de ideas, de propuestas y de valores cuyo objetivo es determinar cuál de las posturas logra primar, sin eliminar a las otras ideas opuestas, el antagonismo se basa en la rivalidad identitaria cuyo objetivo final es eliminar a la identidad opuesta por resultar amenazante.

FACTORES POLÍTICOS

Diversos autores entienden que la polarización refiere a un proceso de disputa antagonista entre dos grupos, convirtiéndose así en un riesgo para la sociedad en su conjunto. Sin embargo, distintos trabajos parten de la idea de que el antagonismo no aparece de manera natural en la sociedad, sino que se origina y/o incrementa a partir de estrategias políticas, cuyo fin es incidir en el proceso constitutivo de identidades y dinámicas sociales (Dahrendorf, 1971; McCoy *et al.*, 2018).

Entre los casos empíricos más estudiados, se le atribuye al **Populismo** el no tener como objetivo generar **Consensos** a partir

de las diferencias, sino que las convierte en antagonismos para que una de las identidades en pugna subsuma a la otra. Una vez que el antagonismo logra estructurar identidades y marcar el ritmo de las dinámicas sociales, su eliminación es difícil y requiere la voluntad del conjunto social (Dahrendorf, 1971). Al conjugarse con una dinámica polarizante, se produce un efecto en cascada (Sommer, 2001): la polarización genera menos interacción social entre los grupos; se alimentan los **Estereotipos** construidos; se refuerza el antagonismo previo y/o exacerbado; aumentan los incentivos sociales y políticos a seguir polarizando ya que estos se basan en el reforzamiento identitario de los individuos de cada grupo. El antagonismo se presenta, paradójicamente, como algo necesario, ya que tener en frente una otredad que condense todo lo negativo ayuda a reafirmar la propia identidad (Sommer, 2001) y darle un orden a la realidad, sobre todo en contextos de crisis de sentido.

MEDICIONES

Dentro de los estudios de polarización, la tradición que analiza la distribución de extremos se enfoca en determinar la distancia entre grupos respecto a características ideológicas, económicas o de opinión pública. Algunos estudios entienden el concepto de antagonismo como un **Sentimiento** de alienación de los miembros de un grupo respecto a los miembros del otro grupo (Esteban y Ray, 1994) y lo toman como indicador de polarización.

En la actualidad, uno de los estudios de mayor alcance longitudinal y transnacional sobre polarización política, tomando como indicador el antagonismo, es el realizado por el Instituto V-Dem. La pregunta que los expertos deben contestar remite al «grado en que la sociedad está polarizada en campos políticos y antagónicos donde

las diferencias políticas afectan las relaciones sociales más allá de las discusiones políticas». Los resultados dan cuenta de un aumento de la polarización política definida en relación con el antagonismo, en todo el mundo desde el inicio del siglo XXI.

Ver también: **Conflicto político, Consenso, Endogrupo y exogrupo, Estereotipos partidistas, Polarización afectiva, Polarización política, Populismo, Sentimientos, Teoría de la Identidad Social.**

BIBLIOGRAFÍA

- ABRAMOWITZ, A. I. y WEBSTER, S. W. (2016): The rise of negative partisanship and the nacionalization of U.S. elections in the 21st century. *Electoral Studies*, 41: 12-22.
- DAHRENDORF, R. (1971): «Elementos de una teoría del Conflicto Social». En R. DAHRENDORF (Ed.): *Sociedad y Libertad: Hacia un análisis sociológico del presente*, pp. 108-127. Madrid: Tecnos.
- ESTEBAN, J. M. y RAY, D. (1994): On the Measurement of Polarization. *Econometrica*, 62(4): 819-851.
- HETHERINGTON, M. J. y RUDOLPH, T. J. (2015): *Why Washington Won't Work: Polarization, Trust, and the Governing Crisis*. Chicago: University of Chicago Press.
- IYENGAR, S., SOOD, G. y LELKES, Y. (2012): Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization. *Public Opinion Quarterly*, 76(3): 405-431.
- MCCOY, J. L., RAHMAN, T. y SOMER, M. (2018): Polarization and the Global Crisis of Democracy: Common Patterns, Dynamics, and Pernicious Consequences for Democratic Polities. *American Behavioral Scientist*, 62(1): 16-42.
- MOUFFE, C. (2005): *The return of the political*. Londres: Verso.
- SOMER, M. (2001): Cascades of ethnic polarization: Lessons from Yugoslavia. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 573: 127-151.
- SOMER, M. y MCCOY, J. (2019): Transformations through Polarizations and Global Threats to Democracy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 681(1): 8-22.
- TAJFEL, H. (1974): Social identity and intergroup behaviour. *Social Science Information*, 13(2): 65-93.

Virginia García Beaudoux

Orlando D'Adamo

Leandro Bruni

Autopercepción grupal. La autopercepción grupal es un concepto multidisciplinar enfocado desde la sociología, la ciencia política o la psicología social. Trata de explicar cómo se ve un individuo a sí mismo dentro de un contexto grupal frente a los demás y dentro de la identidad del grupo. A todo ello, se suma la influencia de su propio comportamiento y su relación con las demás personas (Sancho, 2014). A escala sociológica, la autopercepción grupal se engloba dentro de la **Identidad social** y la **Pertenencia** a grupos. Por su parte, dentro de la psicología social, se analizan las dinámicas grupales, las interacciones sociales y cómo los individuos tienen tendencia a autocategorizarse y categorizar a los demás según la condición de miembros de determinados grupos sociales (Tajfel y Turner, 1979). Desde el punto de vista de la ciencia política, la autopercepción grupal también se puede relacionar con la **Polarización afectiva** y la **Polarización política**.

LA AUTOPERCEPCIÓN GRUPAL EN EL SIGLO XX DESDE LA SOCIOLOGÍA Y LA PSICOLOGÍA SOCIAL

Durante las últimas décadas, diferentes autores desde los ámbitos de la sociología y la psicología social han ido trabajando sobre la autopercepción grupal a través de varias teorías:

1. Teoría del Etiquetamiento de Howard Becker (1928). Plantea cómo se examinan las llamadas etiquetas sociales para explicar cómo éstas influyen en la autopercepción de uno mismo y su comportamiento colectivo con las personas. Cuando a una persona se le asigna o tiene una etiqueta social concreta, ésta suele internalizarla, e individual y grupalmente suele actuar de acuerdo con esa etiqueta. Esta situación puede tener un efecto positivo o negativo en la persona en concreto, dependiendo del tipo de etiqueta que sea. Existe una variante, la desviación secundaria, mediante la cual esas personas catalogadas de esta manera pueden interiorizarla, unirse y crear comunidades o subculturas de personas que están etiquetadas como desviadas (Sancho, 2014).

2. Teoría del Interaccionismo Simbólico de Herbert Blumer (1982). El sociólogo Herbert Blumer propone en los años 30 del siglo xx el concepto de «interaccionismo simbólico». Esta teoría hace énfasis en el rol que los significados y los símbolos generan en el proceso de construcción de la realidad social (Morales, 1978). A través del interaccionismo simbólico, las personas —de forma individual— acuerdan el rol que van a ocupar y que están ocupando dentro de los grupos a los cuales pertenecen. Dentro de un grupo, las personas interiorizan los roles del grupo que influyen individualmente en el autoconcepto y en la identidad de sí mismas (Blumer, 1982).

3. Teoría de la autopercepción de Bem (1972). La teoría de Bem se aplica a la autopercepción grupal para analizar cómo las personas entienden sus **Sentimientos** y actitudes dentro del grupo y del contexto del cual forman parte. Las personas analizan cómo se comportan en situaciones en las que están con grupos y, dependiendo de ese comportamiento, extraen la percepción respecto a los sentimientos y las actitudes que tienen hacia ese grupo. Como ejemplos, cabría destacar que una persona que participa en actividades promovidas por un grupo manifiesta con ello una actitud y sentimiento positivo hacia ese grupo. Cuanto más incrementa una persona su vinculación hacia un grupo, más se parecerá su comportamiento individual al que tenga colectivamente con ese grupo.

TEORÍA DE LA IDENTIDAD SOCIAL DE TAJFEL Y TURNER (1979) Y LA POLARIZACIÓN AFECTIVA Y POLÍTICA

El término autopercepción grupal tiene relación con otros términos, como son los de **Endogrupo**, **Exogrupo**, polarización afectiva y polarización política. El endogrupo es el grupo al cual pertenece cada individuo, y los demás grupos, el exogrupo. La identidad social se relaciona con la categorización social, la tendencia al agrupamiento de las personas en grupos, y a su vez, la división en diferentes grupos. Las personas del endogrupo tienden a tener una percepción de carácter positivo sobre los miembros y las actividades de su grupo, generando cohesión entre sus miembros. En cambio, con el exogrupo se puede generar una situación de comparación conflictiva o prejuicio. Por tanto, la autopercepción grupal influye en el endogrupo y exogrupo al generar efectos sobre cómo se ve cada uno a sí mismo, respecto a su propio grupo e incluso al resto de grupos (Tajfel y Turner, 1979).

Los estudios de Tajfel y Turner (1979) sirven de enlace para introducir los estudios actuales sobre la polarización afectiva, concepto relacionado también con la autopercepción grupal. La pertenencia o simpatía hacia un grupo político constituye una identidad de grupo, puesto que las personas que comparten una misma identidad social, se considera que forman parte de la misma categoría social. Según Torcal y Carty (2023), «la identificación con un partido puede producir, pues, dos tipos de identidad: la «identidad personal partidista» (partidismo) y la «identidad social partidista» (autocategorización con su grupo de seguidores)» (Torcal y Carty, 2023: 131-132). Mediante esta autocategorización, un individuo puede participar solo con su identidad propia, o de forma grupal a través de las identidades que forman el grupo. Cuando es grupal, es compartido. Y cuando una persona tiene una identidad como compartida, se une emocionalmente al grupo, mostrándose positivamente.

Entre los principales autores de este concepto se sitúan Iyengar, Sood y Lelkes (2012). A partir de las diferencias entre demócratas y republicanos en la política norteamericana se empezó a estudiar cómo la gente de cada bando reaccionaba a las acciones del bando contrario. La polarización afectiva se vincula políticamente a las fuertes discrepancias entre partidarios de diferentes grupos políticos o ideologías. Por tanto, según Iyengar y Westwood (2015), la polarización afectiva se produce cuando dentro de un determinado grupo político se ve de forma positiva a la gente del propio partido o ideología y de forma negativa a la de los demás partidos. Los miembros de un mismo partido o ideología forman parte de un mismo grupo, grupo interno y muestran favoritismo hacia él, mientras que los miembros de partidos diferentes son grupos externos y manifiestan **Prejuicios** hacia ellos.

Según Abramowitz y Webster (2016), la polarización afectiva sostiene que una persona «adscrita» a un determinado grupo, en este caso político, se centra más en la rabia o ira que siente por el grupo/partido/ideología contraria que por la identificación con su propio grupo/partido. Otro enfoque de estudio sobre la polarización afectiva diferencia el nivel colectivo del individual, sin unión entre ellos. Por un lado, hay un significado individual mediante el cual cada persona tiene un tipo de afecto dentro y fuera del grupo, independientemente del nivel de polarización agregada. La segunda versión, a nivel colectivo, es lo mismo, pero refiriéndose al sistema político en su conjunto (Wagner, 2021).

Por otro lado, la polarización política hace referencia a las posiciones extremas y opuestas entre diferentes ideologías o partidos (Mason, 2013). Los temas que describen una mayor capacidad de generar polarización se refieren a cuestiones altamente sensibles y relevantes para la esfera personal. Por otro lado, estas polarizaciones crean identificación social y pertenencia a un grupo, reforzando las visiones de cada grupo y la oposición a los otros grupos (Iyengar *et al.*, 2012). Por tanto, los miembros del endogrupo crean una enorme distancia respecto a los exogrupos restantes (Mason, 2013).

Ver también: **Endogrupo y exogrupo, Pertenencia, Polarización afectiva, Polarización política, Prejuicio, Sentimientos, Teoría de la Identidad Social.**

BIBLIOGRAFÍA

- ABRAMOWITZ, A. I. y WEBSTER, S. (2016): The rise of negative partisanship and the nationalization of U.S. elections in the 21st century. *Electoral Studies*, 41: 12-22.
- BEM, D. J. (1972): «Self-perception theory». En L. BERKOWITZ (Ed.): *Advances*

- in experimental social psychology*, pp. 1-62. New York: Academic Press.
- BLUMER, H. (1982): *El interaccionismo simbólico*. Barcelona: Hora.
- IYENGAR, S., SOOD, G., y LELKES, Y. (2012): Affect, not ideology: a social identity perspective on polarization. *Public Opinion Quarterly*, 76(3): 405-431.
- IYENGAR, S. y WESTWOOD, S. J. (2015): Fear and loathing across party lines: New evidence on group polarization. *American Journal of Political Science*, 59(3): 690-707.
- MASON, L. (2013): The Rise of Uncivil Agreement: Issue Versus Behavioral Polarization in the American Electorate. *American Behavioral Scientist*, 57(1): 140-159.
- SANCHO, M. D. (2014): Sociología de la desviación: Howard Becker y la «teoría interaccionista de la desviación». *Conflicto Social. Revista del Instituto de Investigaciones Gino Germani*, 7(12): 65-87.
- TAJFEL, H. y TURNER, J. C. (1979): «An integrative theory of intergroup conflict». En W. G. AUSTIN y S. WORCHEL (Eds.): *The social psychology of intergroup relations*, pp. 33-47. Monterey: Brooks/Cole.
- TORCAL, M. y CARTY, E. (2023): Populismo, ideología y polarización afectiva en Argentina. *Revista Argentina de Ciencia Política*, 1(30): 128-157.
- WAGNER, M. (2021): Affective polarization in multiparty systems. *Electoral Studies*, 69: 102199.

Pau Díaz Solano

Aversión a la interacción. Se define como un proceso psicosocial de antipatía hacia ciertas relaciones sociales, en el que la interacción, que presupone la comunicación

verbal y no verbal, queda conscientemente en suspenso. El grado de severidad o **Crispación** puede depender del nivel de conocimiento y compromiso previos, siendo este corte más contundente en las relaciones sociales, donde existe un mayor grado de frecuencia y compenetración que en los llamados contactos sociales (de carácter más esporádicos). El proceso de aversión a la interacción puede traducirse en un claro desajuste entre los individuos, teniendo en cuenta sus motivaciones, normas y creencias (Argyle, 1969).

En un marco de **Polarización**, la aversión a la interacción implica la existencia de actitudes deliberadas de rechazo al contacto con terceros por la **Pertenencia** de estos a grupos políticos contrincantes. Es necesario destacar que la mirada politológica del término excluye expresamente el análisis propio de la psicología referida a los trastornos del comportamiento que muestran una incapacidad por parte del individuo para interactuar y tratar con los demás en el espacio público, lo que es muy característico de los agorafóbicos. Este concepto viene prefijado por la idea de *ágora*, epicentro de la vida comunitaria y del ejercicio de la actividad política en la Antigua Grecia.

LA INTERACCIÓN SOCIAL

La aversión a la interacción es una cuestión que ha ocupado un lugar secundario en el debate constitutivo de las ciencias sociales, entendida como una disfunción atípica en los procesos de acción social. Los esfuerzos más significativos se centraron en entender la interacción como un concepto central para definir la sociedad. Simmel (2002), uno de los fundadores del pensamiento sociológico, fue pionero en considerar que son los individuos en interacción los que constituyen la sociedad, atribuyendo un fuerte significado a los

patrones de comportamiento cotidianos para contribuir decisivamente al desarrollo de la sociología de la vida cotidiana. Esto abrió el camino a diferentes postulados teóricos que consideraban el estudio de las relaciones sociales desde la perspectiva microsocia, frente a las lógicas iniciales más estructurales y abstractas de dar sentido a los procesos de interacción. La primera aportación significativa se produjo en la década de 1920 por la Escuela de Chicago, donde floreció el interaccionismo simbólico. Esta corriente hacía hincapié en la importancia de decodificar los significados y símbolos utilizados por las personas para interactuar y producir relaciones. Erving Goffman (1959) perfeccionó esta idea en los años 50 con su teoría dramaturgía. Subrayó la necesidad de considerar las relaciones con los demás como un proceso de escenificación en el que desempeñamos distintos papeles según la posición que ocupemos en el momento del acto relacional. Cuando el marco de expectativas no se cumple en el proceso de relación social, desviándose de la norma, se produce un marco de estigmatización que conduce a una aversión al proceso de interacción y al sentido del otro. Esta fue una contribución importante a la hora de considerar las explicaciones del fenómeno del distanciamiento social.

Otras dos corrientes contribuyeron a la comprensión de la interacción social a partir de los años sesenta: la fenomenología (donde el sentido de aprender a estar en sociedad es un proceso constitutivo a través de mi relación con los demás, es decir, intersubjetivamente) y la etnometodología (centrada en el estudio de los métodos utilizados por las personas para interactuar socialmente y conformar códigos rectores de las relaciones sociales).

Dentro de los estudios pioneros sobre dinámica de grupos, la contribución más

sustancial a la comprensión del nexo **Empatía**/aversión social la realizaron Lazarsfeld y Merton (1954) al acuñar el concepto de **Homofilia**, que podemos traducir como un proceso de afiliación de los actores sociales a grupos con características sociodemográficas similares y valores/creencias compatibles. Este mecanismo crea una voluntad de reforzar los lazos de cohesión social dentro del grupo, debido al efecto de autocategorización, que implica reforzar los valores predominantes de la identidad grupal en contraste con las características distintivas de los **Exogrupos**, potenciando la construcción de una «socialidad electiva» (Maffesoli, 2000). Esta formulación parece cobrar especial relevancia al analizar la formación de las **Identidades políticas** y las posiciones ideológicas/partidistas, donde la animosidad crece a medida que las diferencias entre las distintas concepciones se hacen más evidentes. Los **Sentimientos** de negatividad tienden a anular el mero desacuerdo (Iyengar *et al.*, 2012), y la **Polarización afectiva** contribuye a aumentar el distanciamiento social activo entre las partes en discrepancia.

La brecha social crece a medida que se movilizan bloques cada vez más homogéneos, donde los individuos tienden a cambiar sus posiciones sobre los temas en disputa para alinearse con posiciones institucionales/partidarias ya establecidas y consolidadas, fenómeno que ha sido categorizado como *partisan sorting* (Mason, 2015). Estas lógicas de fuerte identificación contribuyen a una creciente radicalización de las posiciones, impulsando una mayor agresividad discursiva que contribuye al dinamismo del debate público, donde la base de la acción dialógica no es construir un debate que discuta diferentes puntos de vista, sino construir monólogos centrados en desestimar argumentos divergentes. La hostilidad permanente

tiende a fomentar la falta de disposición al diálogo, contribuyendo fuertemente a cimentar una creciente aversión al proceso de interacción entre los bloques.

COMUNICACIÓN DISOCIATIVA

Los cambios en los procesos de interacción han cobrado especial relevancia con la expansión y comprensión del proceso de mediación, un aspecto central para entender las sociedades contemporáneas. El sociólogo John B. Thompson (2007) ha caracterizado claramente estos cambios creando una tipología de la interacción, mostrando las diferencias entre la interacción cara a cara (en persona), la interacción mediática (una relación mediada) y la interacción cuasimediática (resultado de una comunicación masificada). Asumiendo que todas ellas coexisten, el aumento de las interacciones digitales ha terminado por moldear un nuevo marco de acción comunicativa, debido a la omnipresencia de los dispositivos digitales como instrumentos definitorios de la acción cotidiana. La idea de un otro mediado cara a cara, teniendo en cuenta los intensos flujos relacionales potenciados por la digitalización, dictó un modelo de sociedad «infocrática» (Han, 2022). Se da una producción comunicativa saturada que acelera los tiempos de respuesta y toma de decisiones. El nexo participativo que responde a este escenario ya no se ajusta al concepto de racionalidad comunicativa propuesto por Habermas (1988); el espacio público está ahora permeado por una discursividad afectiva que moldea la contingencia de un sistema. Los argumentos emocionales guían la discursividad continua de la red y son claramente una fuente de tensión y polarización creciente en comparación con las relaciones cara a cara, abriendo una nueva configuración de las normas éticas de interacción. El aumento de los niveles de agresividad y confrontación digital,

salvaguardados por la lógica del anonimato, abre una brecha relacional entre quienes discrepan. La aversión a la interacción resulta de la negación de querer escuchar al otro, ya sea por profundo desacuerdo o como proceso de salvaguarda de un entorno beligerante. Las redes sociales fomentan un efecto de **Cámara de eco**, creando un entorno en el que se reafirman los valores compartidos e intensificando un fuerte sentimiento de pertenencia al grupo frente a los valores dominantes de las identidades divergentes.

Ver también: **Caja de resonancia (cámaras de eco), Crispación, Emociones, Empatía, Homofilia, Identidad política, Pertenencia, Polarización afectiva, Sentimientos.**

BIBLIOGRAFÍA

- ARGYLE, M. (1969): *Social Interaction*. Oxford: Routledge.
- GOFFMAN, E. (1959): *Presentation of Self in Everyday Life*. Nueva York: Doubleday.
- HABERMAS, J. (1988): *Teoría de la acción comunicativa. Vols. I - II*. Madrid: Taurus.
- HAN, B. C. (2022): *Infocracia. La digitalización y la crisis de la democracia*. Madrid: Taurus.
- IYENGAR, S., SOOD, G. y LELKES, Y. (2012): Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization. *Public Opinion Quarterly*, 76: 405-431.
- LAZARSFELD, P. F. y MERTON, R. K. (1954): «Friendship as a social process: A substantive and methodological analysis». En M. BERGER, T. ABEL y C. PAGE (Eds.): *Freedom and Control in Modern Society*, pp.18-66. Londres: Octagon Books.